

# **EVALUASI KEPATUHAN IKLAN PRODUK KOSMETIK PENCERAH KULIT DI TIKTOK TERHADAP PERATURAN PENGAWASAN PERIKLANAN KOSMETIKA**

**Puput Putri Asih**

## **Abstrak**

Industri kosmetik di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, termasuk produk kosmetik pencerah kulit. Iklan kosmetik di Indonesia salah satunya diatur oleh Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepatuhan iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok terhadap peraturan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode observasional analitik dengan studi potong lintang. Sampel penelitian adalah 130 iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok. Data dianalisis menggunakan uji statistik koefisien kontingensi untuk mengetahui hubungan antara izin edar dengan kepatuhan iklan dan didapatkan hasil bahwa rata-rata kepatuhan iklan produk kosmetik 95,84%. Hasil uji statistik didapatkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara izin edar dengan kepatuhan iklan berdasarkan domain umum dengan nilai  $p$  sebesar 0,003. Iklan produk kosmetik pencerah kulit di TikTok umumnya patuh terhadap Peraturan BPOM Nomor 32 Tahun 2021 tentang Pengawasan Periklanan Kosmetika. Namun, masih terdapat 10% produk yang tidak memiliki izin edar dan perlu dilakukan pengawasan yang lebih ketat oleh BPOM.

**Kata Kunci:** Iklan, Kepatuhan Kebijakan, Kosmetik Pencerah, TikTok

# **ADVERTISING COMPLIANCE FOR SKIN LIGHTENING COSMETIC PRODUCTS ON TIKTOK WITH COSMETICS ADVERTISING SUPERVISION REGULATIONS**

**Puput Putri Asih**

## **Abstract**

The cosmetics industry in Indonesia has experienced a significant increase, including skin lightening cosmetic products. Cosmetic advertising in Indonesia is regulated by BPOM Regulation Number 32 of 2021 concerning Supervision of Cosmetic Advertising. This research aims to determine the compliance of advertisements for skin lightening cosmetic products on TikTok with these regulations. An analytical observational method was used in this research with a cross-sectional study. The research sample was 130 advertisements for skin lightening cosmetic products on TikTok. The data was analyzed using the contingency coefficient statistical test to determine the relationship between marketing authorization and advertising compliance and the results showed that the average advertising compliance for cosmetic products was 95.84%. Statistical tests showed that there was a significant relationship between distribution permits and advertising compliance based on public domains with a p value of 0.003. Advertisements for skin lightening cosmetic products on TikTok generally comply with regulations. However, there are still 10% of products that do not have a distribution permit and require more protective supervision by BPOM.

**Keywords:** Advertising, Brightening Cosmetics, Compliance Regulations, TikTok